

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kota Bogor merupakan salah satu tujuan tempat berlibur bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara. Kota yang terletak 59 km² di sebelah selatan Jakarta, dan wilayahnya berada di tengah-tengah wilayah Kabupaten Bogor ini memiliki banyak destinasi wisata yang beraneka ragam, mulai dari destinasi wisata alam, destinasi wisata budaya, dan destinasi wisata buatan. Kota yang terletak di Provinsi Jawa Barat ini memiliki banyak potensi alam dan budayanya. Pada masa Kolonial Belanda, Kota Bogor dikenal dengan nama *Buitenzorg* yang berarti tanpa kecemasan atau aman tenteram. Kota yang terdiri atas 6 Kecamatan dan dibagi menjadi 68 Kelurahan ini dikenal dengan julukan kota hujan, karena memiliki curah hujan yang tinggi dibandingkan kota lainnya. Kota Bogor juga memiliki keanekaragaman budaya dan peninggalan sejarah yang menarik untuk dikunjungi. Budaya yang terdapat di Kota Bogor Provinsi Jawa Barat terdiri dari berbagai suku yang tinggal di dalamnya diantaranya Sunda, Jawa, Baduy, dan lainnya. Di tengah pandemi seperti sekarang yang melanda Indonesia juga berdampak pada bidang pariwisata, termasuk tempat-tempat wisata yang ada di Kota Bogor. Banyak sekali penurunan pengunjung di tempat-tempat wisata yang ada di Kota Bogor saat pandemi, karena tempat-tempat wisata sempat ditutup sementara waktu mengikuti arahan pemerintah. Seiring berjalannya waktu tempat-tempat wisata dibuka kembali dengan memperhatikan protokol kesehatan yang telah ditentukan. Akhirnya wisatawan yang berkunjung ke Kota Bogor untuk berlibur bersama teman atau keluarganya mulai meningkat kembali dan mengunggah keseruan mereka di media sosial. Pada zaman sekarang ini media sosial memang sangat berpengaruh sekali bagi kehidupan kita sehari-hari. Banyak sekali jenis-jenis media sosial yang dapat kita gunakan pada saat ini, dan yang paling sering digunakan oleh orang Indonesia salah satunya adalah media sosial *instagram*. Peran *instagram* sangat membantu untuk memperkenalkan ataupun mempromosikan suatu produk, yang dibentuk ke dalam sebuah konten. Isi konten atau *feed* yang menarik akan memperoleh banyak *followers* di akun *instagram* tersebut. Mengingat banyaknya pengguna *instagram*, dan Indonesia memiliki jumlah pengguna *instagram* terbesar keempat di dunia. Berdasarkan data yang dirilis oleh Napoleon Cat, pada goodnewsfromindonesia.id bahwa bulan Januari sampai Mei 2020, jumlah pengguna *instagram* di Indonesia sebesar 69,2 juta tiga peringkat di bawah pengguna *instagram* Amerika Serikat sebesar 116 juta. Jadi, hampir seperempat populasi penduduk di Indonesia aktif menggunakan media sosial *instagram*. Selain itu pengguna *instagram* terbanyak berasal dari rentang usia 18 tahun hingga 34 tahun untuk perempuan dan laki-laki. Tak jarang, pengguna *instagram* akan mencari informasi yang penting atau sesuai dengan kebutuhannya, termasuk dalam mencari informasi tentang tempat wisata yang berada di kota Bogor. Praktik Kerja Lapangan ini sendiri diharapkan untuk mempersiapkan mahasiswa agar dapat mengimplementasikan apa yang telah dipelajari selama lima semester, dengan harapan nantinya mahasiswa memasuki dunia kerja secara profesional.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka beberapa rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan pada Laporan Akhir ini yaitu:

- 1) Apa saja media sosial yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor?
- 2) Bagaimana proses kegiatan produksi konten media sosial *instagram* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor di masa pandemi?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi dalam produksi konten di media sosial *instagram* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor?

Tujuan

Tujuan yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini berdasarkan tiga rumusan masalah yang telah dibuat yaitu:

- 1) Menjelaskan media sosial yang dimiliki Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor.
- 2) Menjelaskan proses produksi konten media sosial *instagram* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bogor di masa pandemi.
- 3) Mengidentifikasi hambatan dan solusi dalam produksi pembuatan konten *instagram* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor.

METODE



Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data dalam penyusunan dan melengkapi Laporan Akhir ini dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor yang beralamat di Jl. Pandu Raya No.45, Tegal Gundil, Bogor Tengah, RT 01/RW 16, Tegal Gundil, Kec. Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat 16121. Pengumpulan data untuk Laporan Akhir ini dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan, terhitung mulai tanggal 1 Maret 2021 sampai dengan 4 Juni 2021 dengan durasi kerja Senin hingga Jumat, mulai pukul 08.00 – 16.00 WIB.

Data dan Instrumen

Jenis data yang dihimpun serta instrument yang digunakan untuk penyusunan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Data
 - a) Data Primer adalah data dan informasi yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh dengan cara wawancara dengan pembimbing magang terhadap proses produksi konten media sosial *instagram* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, serta keterlibatan langsung dalam beberapa pekerjaan di bagian promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor.
 - b) Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh dari pihak lain, baik internal maupun eksternal. Data internal yakni data yang tersedia di perusahaan atau lembaga pemerintahan, meliputi data tentang profil perusahaan, struktur organisasi serta tugas dan fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor. Data internal diperoleh dari *company profile*,